F
FUGAS | Público N.º 10.952 | Sábado 18 Abril 2020
Gastronomia
Como serão os restaurantes no pós-pandemia?
Natureza
As montanhas mágicas de Mário Cunha

Coronavírus

O restaurante do futuro não será mais só um lugar físico

A pandemia do novo coronavírus antecipa mudanças que já estavam em curso no sector de restauração como o conhecemos. Mas é a forma como os estabelecimentos enfrentarão a crise que vai indicar o quanto eles continuarão relevantes na sociedade. *Rafael Tonon*

"Penso que, quando reabrirmos, ainda poderemos ter 40 convidados sentados na sala, mas precisaremos de nos adaptar a uma nova realidade. A pergunta que estou a fazer é como será o restaurante quando ele for reaberto", questionou-se René Redzepi, do Noma, em Copenhaga, na semana passada durante uma transmissão ao vivo (dessas que se tornaram o novo normal em tempos de quarentena) no Instagram.

"O conceito de ficar sentado à mesa por quatro a cinco horas num contexto de jantar de alta gastronomia parece-me muito antiquado, ainda que essa constatação se tenha materializado há menos de um mês", desabafou o *chef* daquele que se tornou um dos mais notórios restaurantes da actualidade (por três vezes o melhor do mundo na lista dos 50 Best), conhecido pela vanguarda em misturar naturalismo e técnicas apuradas em prol dos ingredientes nórdicos.

O que aguarda os restaurantes como o Noma quando voltarem a abrir as portas daqui algumas semanas é uma incógnita para o sector de alimentação – principalmente em tempos em que a pandemia da covid-19 parece ter infectado também as interacções sociais com as quais estávamos acostumados há poucos meses, antes do confinamento forçado. É, pois, um questionamento que põe *chefs* e empresários ansiosos frente a uma realidade que, como se prevê, já não deve mais voltar a ser a mesma.

A economia está a entrar no que parece ser uma nova grande depressão. Especialistas dizem que o desemprego pode atingir taxas históricas em diversas partes do mundo (segundo o Conselho Mundial de Viagens e Turismo, só na União Europeia, cerca de 6,4 milhões de empregos no sector vão ser afectados) e a crise pode levar centenas de negócios à falência. Das mais de 75% das empresas da área de hospitalidade encerradas em Portugal, segundo a AHRESP, 33% dizem respeito à restauração. Dada a gravidade da situação, discutir o futuro conceptual dos restaurantes pode parecer uma preocupação frívola. Mas não é.

Se não apenas por formarem um sector de grande importância no cenário económico, sobretudo porque os restaurantes se tornaram, no decorrer dos séculos, um dos pilares da alimentação moderna. Mais que isso, uma conquista do nosso comportamento social. A nossa história como sociedade está atrelada à dos restaurantes, desde que eles surgiram, ainda de forma rudimentar, na Paris do final do século XVIII, inicialmente apenas para servir caldo para restaurar doentes e debilitados, o *bouillon restaurateur*, que lhe emprestaria o nome depois. Antes de ser um estabelecimento (dicionarizado como tal pela primeira vez, em 1835), o restaurante (*restaurant*) era um restaurador de forças. Uma curiosidade que parece ainda mais irónica em tempos de pandemia, aliás.

Mas com o tempo ele constituiu-se como um palco da vida moderna, onde iniciamos (e terminamos) os nossos relacionamentos, onde fechamos contratos de trabalho, onde celebramos as nossas conquistas mais importantes. O restaurante estava lá quando os seres humanos começaram a constituir comunidades urbanas, e tornou-se mais costumeiro à medida que se impunha, vez por outra, a necessidade de comer fora de casa. Ele evoluiu das salas de refeição nas estalagens voltadas para viajantes aos preparos de tacho nas tabernas, das tascas essencialmente familiares aos pratos mais refinados dos salões de alta gastronomia. E está prestes a sofrer uma nova transformação. Numa época em que os restaurantes não são apenas empresas, mas ícones culturais, a crise expôs a sua extrema vulnerabilidade em várias frentes. "Vamos precisar pensar de maneira muito diferente sobre a experiência que será comer num restaurante", instiga Redzepi. Uma experiência que parece ser imprescindível tentar, de alguma forma, antever.

Tempos de criatividade

O papel central do restaurante na engrenagem da nova revolução gastronómica ajuda a explicar todo o novo *status* que a comida ganhou na sociedade moderna: o surgimento de dezenas de prémios, a abertura de escolas de gastronomia, a popularização dos programas culinários de televisão. O sector da restauração já vinha a passar por enormes mudanças nos anos recentes. O próprio conceito de *fine dining* demonstrava não ser sustentável para muitos *chefs* e grupos, que acabaram por criar e investir em restaurantes mais casuais como forma de fazer dinheiro. A valorização dos ingredientes locais e a busca por produtos autóctones transformaram os menus. As receitas históricas e a culinária tradicional passaram a pautar uma espécie de tendência global de auto-reflexão gastronómica.

Mas veio a pandemia do novo coronavírus e tudo mais ficou em suspenso. "É como se nitrogénio líquido tivesse sido derramado sobre nós", diz à Fugas o *chef* basco Andoni Luis Aduriz, do Mugaritz. A pandemia fê-lo

OSCAR OLIVA

atrasar a abertura da temporada de 2020 do restaurante, prevista para o início de Abril. Agora, já não sabe quando será.

O *chef*, que incorporou a ideia de usar a criatividade como o ingrediente mais importante na desafiadora cozinha para inspirar, surpreender e provocar, sente que o sector está desordenado. "Não adianta eu trabalhar no meu restaurante se houver uma parte de toda a cadeia de acções que é negligenciada. Não podemos mais ter posições individualistas. Esta crise demonstrará isso", acredita.

Como *chef* à frente de um dos restaurantes mais inovadores do cenário mundial, Aduriz defende que a cena gastronómica mudou muito recentemente, e vai continuar a mudar. Primeiro porque já havia uma lacuna muito grande entre a alta cozinha, que sempre esteve muito sujeita a regras pré-estabelecidas, e o que as pessoas procuram hoje, que são formatos mais casuais. Depois da crise, esse hiato deve intensificar-se, acredita ele, que já estava, desde o ano passado, a tentar recuperar um relacionamento mais hedonista do comensal com a comida, em pratos mais palatáveis, agradáveis a um público mais vasto – a deixar um pouco de lado as criações mais extremas que marcaram a história do restaurante, como no caso do caldo de enguias vivas, das pedras comestíveis e da maçã mofada.

Houve um redesenho completo do sector, afirma Aduriz, ao qual todos os restaurantes precisarão se adaptar, até mesmo o Mugaritz, que sempre buscou o desafio. "No momento, não podemos fazer muito, teremos que estudar quais medidas tomaremos para garantir a sobrevivência do projecto. O que eu tenho certeza é que teremos que ser mais Mugaritz do que nunca", diz, sobre o carácter progressista do restaurante. "Aplicaremos a criatividade para navegar na complexidade, não apenas na gastronomia, mas principalmente na gestão, ferramentas, formas de trabalhar."

A criatividade pode ser mesmo a melhor ferramenta da adaptação dos restaurantes ditos gastronómicos diante de um novo cenário. Isto porque a crise do novo coronavírus, segundo o consultor gastronómico Nidal Barake, trouxe à tona muitas fraquezas do modelo comercial padrão de um restaurante, o que suscita dúvidas se ele seria sustentável na economia de hoje – e, sobretudo, dos próximos meses.

"Estou a falar de restaurantes que exigem muito trabalho, gastam muitos recursos em pesquisa ou fornecem uma experiência que vai além do simples acto de cozinhar e comer", diz Nidal, que actua principalmente no mercado americano, onde os factores comerciais são ainda mais decisivos para a continuidade de alguns projectos.

Os restaurantes gastronómicos trabalham com margens muito apertadas, e é preciso conseguir demonstrar um alto valor no facto de haver uma equipa que é maior que o dobro da capacidade de comensais a trabalhar para servir uma experiência que parecerá cada vez mais intangível – senão prescindível.

No início de Abril, o grupo dinamarquês Kadeau, dono do restaurante homónimo com duas estrelas Michelin em Copenhaga, e mais um estabelecimento com uma estrela na praia de Sømarken, na ilha de Bornholm, entrou com pedido de falência. "Tivemos que jogar a toalha ao chão. Essa crise nos atingiu no pior momento possível", disse Magnus Klein Kofoed, executivo-chefe do grupo, ao jornal local *Finans*. A indústria de restauração já estava às voltas com as suas próprias crises antes mesmo de a pandemia da covid-19 chegar.

Exemplos como o do Kadeau, infelizmente, devem tornar-se mais frequentes nas próximas semanas. Barake acredita que temos que pensar noutros modelos para os restaurantes, não necessariamente baseados em princípios comerciais, como o que ocorre em museus e outras instituições culturais. "Alguns são estabelecidos por fundos privados, ou são apoiados por doações ou fundos públicos de orçamentos culturais ou turísticos. Não dizemos às vezes que cozinhar é uma arte? Que os *chefs* são artistas criativos? E se levarmos esse princípio além de uma mera metáfora?", questiona.

De facto, Barake acredita que precisaremos de financiar determinados restaurantes de maneira diferente para que eles possam continuar a existir. O modelo do novo elBulli 1846, de Ferran Adrià, segue conceito semelhante. Depois de comandar o elBulli, o mais influente restaurante dos nossos tempos, o *chef* catalão define seu novo projecto, originalmente previsto para abrir na mítica morada da Cala Montjoi ainda este ano, como um "centro de investigação e experimentação", que é totalmente financiado pela iniciativa privada. Ainda que o espaço seja aberto a visitas e refeições em grupos programados, de diferentes partes do mundo, a facturação não advém delas.

Olhar local

Os principais restaurantes de alta gastronomia, premiados com estrelas Michelin e seleccionados pelas influentes listas, dependem essencialmente do turismo gastronómico, em cidades onde não há grande afluência de pessoas ou naquelas em que o fluxo de visitantes é determinante para a economia – como tem sido o caso de Lisboa, por exemplo. Por serem restaurantes-destinos, grande parte da clientela é determinada por viajantes gastronómicos. "Temo que esses restaurantes precisarão de se adaptar e atrair a clientela local, tendo uma oferta mais democrática, actualizando os seus menus com mais frequência ou oferecendo alternativas →

Coronavírus

diferentes", defende Barake, em declarações à Fugas. Além disso, muitos *chefs* usam as suas viagens como fonte de inspiração e aprendizagem, lembra, e teremos que ver como a redução dessas viagens afectará os seus restaurantes.

Vasco Coelho Santos, dos restaurantes Euskalduna Studio e Semea, no Porto, acredita que, frente a uma crise sem precedentes no turismo (que tem sido um dos pilares da economia portuguesa), passaremos a olhar ainda mais para dentro, a valorizar ainda mais o nosso quintal. Para ele, a actual situação, se for bem manejada, pode levar os cozinheiros a trabalharem com mais fornecedores locais e a uma maior valorização da cozinha portuguesa e dos produtos (e produtores) de Portugal – ecoando um discurso da própria Ministra da Agricultura, Maria do Céu Albuquerque, que tem apelado a que os portugueses dêem preferência aos ingredientes nacionais. "Mas o inverso também. Acredito que os próprios clientes vão olhar a restauração nacional de outro modo, com mais consideração, quando tudo isso passar", afirma Vasco Coelho Santos.

Na outra ponta, os *chefs* devem mergulhar ainda mais no resgate da culinária nacional em busca de inspiração. "É claro que enfrentaremos muitas dificuldades se tivermos que contar apenas com o público local. O Porto, por exemplo, não tem clientes suficientes para encher todos os restaurantes gastronómicos da cidade. Mas isso vai-nos fazer pensar em como atrair os locais e até clientes de outras zonas do país", diz ele. Já estamos a presenciar mudanças imediatas no modelo de negócio mais local, em que mais restaurantes apostam em serviços de retirada e entrega principalmente por seus vizinhos próximos. A crise colocou-nos de volta no nosso próprio entorno, dentro da nossa bolha; uma espécie de antiglobalização, como defendem muitos pensadores, que deverá fortalecer as identidades nacionais. Isto também na cozinha, é claro.

Prazer e hospitalidade

Nesse sentido, toda a gente sairá das suas quarentenas domésticas ainda mais ávida por sabores familiares, afectivos, o que determinará uma mudança significativa nos menus dos restaurantes, aposta o *chef* Jefferson Rueda, do restaurante A Casa do Porco, em São Paulo, o único brasileiro a figurar na lista dos 50 Best. Desde que abriu as portas, há cinco anos, no Centro paulistano, Rueda tem apostado em receitas que marcaram a sua infância no interior, tendo o porco como foco. Ele trocou a alta gastronomia por uma abordagem mais casual, sem deixar de lado a técnica e o apreço ao produto, num espaço "sem toalhas e com música alta", como diz. "Já acreditava antes que esse era o caminho da gastronomia. Agora, não tenho dúvidas. Precisaremos de ser mais acessíveis, em todos os sentidos", afirma, ele que já está a pensar num novo menu para quando o cenário se restabelecer.

Nessa busca pelo novo papel da gastronomia na sociedade pós-coronavírus, há um universo para os restaurantes se reinventarem, e principalmente buscarem maneiras de resgatar com o cliente uma relação primária de confiança, de prazer. Cada vez mais, vamos olhar para esses estabelecimentos não apenas como lugares em si, mas como marcas com as quais podemos criar elos para nossa alimentação, inclusive dentro de casa. Antes de o coronavírus tornar os serviços de entrega uma necessidade para muitos estabelecimentos, restaurantes do mundo todo já começavam lentamente a reinventar-se como operações logísticas. O *delivery* de refeições – que recentemente obrigou até mesmo negócios de alta gastronomia a renderem-se a aplicações para continuar a atender os seus clientes – é reflexo de um salto de virtualização que tomou a sociedade moderna, impondo uma adaptação que ocorreria gradualmente nos próximos cinco anos no sector de restauração, segundo especialistas. Mas, com toda a gente em casa por muito tempo, esse deve ser um hábito que será enraizado instantaneamente, antecipando questões sobre quem entrega comida e que tipo de comida é entregue. E, mais do que isso, como é que vamos perceber a importância da gastronomia neste modelo, já que não se pode automatizar totalmente a culinária.

ANNA COSTA

"Acredito que nem todo o modelo caiba numa caixa", afirma o *chef* Hugo Brito, do restaurante Boi-Cavalo, em Lisboa, que decidiu resgatar um antigo projecto *pop-up* de servir *pho* vietnamita que já havia concebido há alguns anos para enfrentar a crise actual, já que precisa manter as portas do restaurante fechadas. "Mudar toda a estrutura do restaurante actual para entrega parecia muito complicado, então a ideia era apostar num projecto que eu já havia testado e com o qual já havia trabalhado para manter os empregados e pagar as contas", explica. Com um cardápio mais simples de bolinhos, sanduíches e pães, o Phoi-Cavalo continuará até pelo menos ao final da quarentena. Depois, diz Brito, é difícil prever como ficarão as coisas. Provavelmente as pessoas continuarão a pedir mais comida em casa, por entrega, ainda receosas de sair tanto à rua.

DR

No sentido dos ponteiros do relógio; Andoni Aduriz; António Galapito; Jefferson Rueda; e Vasco Coelho Santos com a sua equipa do Euskalduna

NELSON GARRIDO

Comer fora dentro

Mas as novas demandas logísticas também resultam na produção de alimentos que possam ser usados e consumidos para cozinhar em casa – e não necessariamente entregues prontos para comer. Vários restaurantes perceberam que as suas imagens vão além dos pratos que servem. Há dois anos, o *chef* António Galapito, do Prado, em Lisboa, abriu com os seus sócios uma Mercearia com o mesmo nome para vender pão fresco, fruta, legumes, granola da casa e outros produtos "num ambiente que faz lembrar as mercearias de antigamente", como diz a apresentação no site. O novo formato permitiu expandir a actuação da filosofia da marca aos clientes.

RICARDO LOPES

Nas últimas semanas, com o restaurante fechado por tempo indeterminado até que cesse o estado de emergência, o *chef* passou a produzir pratos para entrega e também a oferecer produtos que ele e a sua equipa fazem na cozinha do Prado para a loja online da mercearia com opção de entrega ao domicílio, *take away* ou recolha no local. O objectivo de libertar o stock do restaurante – e ao mesmo tempo ter alguma facturação para pagar aos empregados e as contas – mostrou-se uma oportunidade nova de relacionamento e de negócio para o Prado. Além dos produtos feitos na casa, a que os clientes só teriam acesso na mesa do restaurante, como as maturações de porco preto e o *pastrami* de peito de vaca, Galapito passou a criar cabazes também com as frutas e legumes biológicos que recebe de seus fornecedores.

"O retorno tem sido mesmo óptimo. É uma maneira de mantermos nosso relacionamento mesmo fechados, mas através do que fazemos de melhor", diz. A relação com o Prado continua nas casas dos clientes, prova de que o restaurante do futuro não será mais só um lugar físico. Outros *chefs*, como o renomado Dan Barber, do Blue Hill at Stone Barns, restaurante *farm-to-table* na região de Nova Iorque, também reforçam a tendência dos cabazes com os ingredientes que cultivam/servem nos seus restaurantes. No caso do *chef* americano, ele diz que as caixas compostas durante os tempos actuais para dar vazão aos ingredientes cultivados ou criados na sua quinta (e que não podem ser transformados na cozinha), oferecem uma "profunda conexão entre clientes, cozinheiros e a terra". Até maior do que se teria no restaurante, já que os animais, por exemplo, chegam à casa numa embalagem com todas as suas partes, as carnes maturadas e porcionadas, a remeter a origem do alimento, e o cuidado que o restaurante tem com ela. É uma maneira de provar isso de forma ainda mais visível e contundente, tornando a filosofia do restaurante muito mais clara.

Outro aspecto que Galapito acredita que deve tornar-se ainda mais valorizado nos restaurantes a médio prazo por parte dos clientes é a experiência, essa que eles só podem mesmo ter sentando-se para comer nos restaurantes. "E não falo necessariamente de serviço requintado, mas mesmo de atendimento, de simpatia", defende. Talvez, pontua, seja uma importante mudança para o reconhecimento dos profissionais da sala, que andaram à sombra nos últimos anos. "As experiências serão mais bem trabalhadas em toda a cadeia de restauração, e penso que o cliente também vai distinguir ainda mais o serviço que fazemos para recebê-lo e servo-lo da melhor maneira possível", acrescenta.

Galapito acredita que perceberemos mais claramente a hospitalidade como um prazer social indispensável. E o restaurante, mais do que um espaço de partilha, como uma ideia clara de felicidade palpável, para onde toda a gente vai querer voltar tão logo possa. "Com o tempo, não tenho dúvida, os restaurantes recuperarão o seu activo dinâmico, criativo e valioso que proporcionam à nossa sociedade moderna, ainda que distinto", como observou René Redzepi. Eles podem até parecer um pouco diferentes, mas, na essência, ainda tentarão seguir com o mesmo objectivo fundamental: restaurarnos por meio da comida.

Coronavírus

Um casal num barco salva-vidas: "Estamos a salvo do vírus e de tudo"

Quando soou o alarme covid-19, Ana e Hamish estavam em casa, que é como quem diz a bordo de um barco "muito independente", "perfeito para uma pandemia". "Em jeito de metáfora", dizem, parece que foi comprado para navegar para longe de uma civilização a afundar-se. *Luís Octávio Costa*

Diário de bordo. Por momentos, enquanto dura a conversa via Messenger, estamos a sudoeste de Berlim, "num sítio chamado Seddinsee", um lago nos arredores da capital alemã, uma floresta de pequenas ilhas que tem sido o refúgio da portuguesa Ana Reis, 44 anos, e do inglês Hamish Campbell, 55. A última vez que conversáramos, em Junho de 2019 – planeta Terra pré-pandemia – os protagonistas da Fugas tinham atracado em Galati, na Roménia, e contavam a aventura da circum-navegação da Europa por rio a bordo de um barco salva-vidas concebido para 61 pessoas (Fassmer CLR-C de 7.2m x 2.89m e 3200Kg) que Hamish encontrou numa velha plataforma petrolífera na Escócia e alterou para viver nele.

Num sentido nada figurado, o barco, comprado há mais ou menos oito anos – um quarto, uma casa de banho, uma cozinha, uma salamandra no meio, painéis solares para o Verão e um moinho de vento para a electricidade no Inverno –, já tinha servido para eles "fugirem" de Londres e das sociedades de consumo desenfreado. Hoje, covid-19 à vista, o casal não tem dúvidas. "Este barco é perfeito para uma pandemia", afirmam, enquanto apontam para os morangos frescos, os tufos de menta e os rebentos de tomate-cereja plantados no quintal na cobertura do barco "inafundável", "perfeito para dois vegetarianos".

"Estamos isolados. Estamos a salvo do vírus e de tudo", sorri Ana. "O caos climático ainda está a caminho. Continua a caminho. Esta pandemia é parte do caos climático", reforça Hamish, meia vida a escrever sobre o clima e os atentados perpetrados pelo ser humano. "Este barco foi comprado com isso em mente. Foi comprado para navegar para longe. Em jeito de metáfora, foi comprado para navegar para longe de uma civilização a afundar-se."

Falámos em Junho de 2019. Vocês estavam em Galati, em plena circum-navegação. Por onde andaram nos últimos meses?

Hamish – Estivemos algum tempo presos numas cheias (há um limite, a partir daí não nos é permitido navegar) e nas incertezas do Brexit (e o Brexit podia acontecer a qualquer altura…). Optámos por andar pelos pequenos canais, pequenos rios do delta do Danúbio até ao quilómetro zero. O mar também estava instável e por isso ficámos por ali a tentar decidir o que fazer. Chegou a ser divertido porque estivemos em sítios onde normalmente nem temos acesso, lagos ao calhas rodeados de pelicanos (e muitas cobras de água). Foram muitas incertezas. Eu gosto de algumas, mas eram demasiadas. Por isso colocámos o barco num camião e fomos até Berlim.

Ana – Tivemos que encontrar um guindaste na Roménia (não saímos do barco, voámos com ele graças a um enorme guindaste industrial), um camião com um preço aceitável e outro guincho na Alemanha para voltar a colocar o barco na água. Para encontrarmos essa combinação foi quase um mês. A viagem que fizemos de comboio durou três dias. Teria demorado três anos no nosso barco.

Quando foi a última vez que foram a Londres?

Ana – Eu vou e venho por razões profissionais. Agora não… O Hamish tem ficado mais por Berlim. Foi a Inglaterra este Inverno fazer um pequeno tratamento clínico. Estive em Portugal a visitar a minha família antes desta loucura toda.

E tiveram que mudar de planos por causa da pandemia?

Ana – No início do mês [de Março] tínhamos um plano, estávamos a começar a pensar em viajar. Mas depois fomos apanhados pelo vírus. E por isso agora não podemos ir a lado nenhum.

Tinham noção que a covid-19 estava a caminho?

Hamish – Sabíamos que estava a chegar. E tínhamos duas opções: podíamos ir para a Polónia e descer o rio Oder até à costa, no mar Báltico. Ou íamos para norte de Berlim, através de uma zona de centenas de lagos até à costa da Dinamarca e de volta ao mar Báltico. A ideia seria sempre passar pela Suécia e deixar o barco na Finlândia no Inverno.

Mas num barco salva-vidas estão seguros…

Hamish – Estamos a salvo do vírus. Estamos longe de tudo e de todas as pessoas. O barco é muito independente. Temos mantimentos para duas semanas (compramos produtos frescos de 15 em 15 dias) e só temos que encher os depósitos de água uma vez por mês. E apanhamos lenha para cozinhar. Somos muito auto-suficientes. Este barco é perfeito para uma pandemia.

Ana – Quando a questão "explodiu" na Alemanha, estávamos no meio de uma baía. Estava toda a gente a procurar isolar-se e nós estávamos perfeitamente isolados. Aí percebemos, "OK, temos as condições perfeitas, estamos num barco salva-vidas no meio da água".

Hamish – O combustível, enquanto andarmos em rios e afluentes, pode durar um ano. Os postos de abastecimentos estão a funcionar e os preços baixaram muito. A água podia ser um problema maior, mas os tanques do barco têm capacidade para 200 litros. E ainda temos garrafões de dez e de cinco litros para beber. Temos energia solar e também eólica. E acabámos de plantar morangos frescos, menta e tomates cereja.

Sentem-se privilegiados?

Hamish – Quando isto tudo se precipitou, as pessoas começaram a esvaziar as prateleiras nos supermercados e começaram a olhar umas para as outras de uma forma suspeita. Quando se sentiu algum pânico, decidimos que seria melhor sair da cidade. Agarrámos em mantimentos e afastámo-nos. Sabíamos da existência destas ilhas, destes lagos nas imediações de Berlim. Alguns residentes vieram para cá. E estamos no meio de uma floresta. As pessoas apoiam-se mutuamente.

Ana – Estamos isolados. Há algumas pessoas que passam por aqui a correr e acenam. Há um ou outro que fala da costa e nós respondemos do barco. Estamos a salvo do vírus e de tudo. Temos mantimentos, temos electricidade, água. E começámos a lavar a roupa com a água do lago que é muito limpa. Mantemos a nossa água a bordo para beber.

Hamish, durante a sua carreira como jornalista ambiental escreveu muito sobre as alterações climáticas. Este é o resultado de alguns avisos sérios dos últimos anos?

Hamish – O caos climático ainda está a caminho. Continua a caminho.

FOTOS: DR

A portuguesa Ana e o inglês Hamish vivem num barco adaptado por ele para fugirem das sociedades de consumo desenfreado

O combustível, enquanto andarmos em rios e afluentes, pode durar um ano

Esta pandemia é parte do caos climático. A globalização cria condições para o alastrar de doenças, de pandemias e de alterações climáticas. Hoje conseguimos ver os animais a construir os ninhos e a acasalarem mais cedo. As plantas estão a crescer e noutros anos o frio tê-las-ia matado. Vemos as alterações climáticas acontecerem à nossa frente. Este barco foi comprado com isso em mente, foi comprado para navegar para longe. Em jeito de metáfora, parece que foi comprado para navegar para longe de uma civilização a afundar-se.

Ana – É interessante ver como isto aconteceu. Vejo isto como um teste. É como um pequeno pontinho. Quando o vírus passar, tudo voltará ao que era? Ou é algo que fará as pessoas pensar e as fará querer mudar e ser mais interessadas no ambiente? Esta é uma excelente oportunidade para praticar sermos mais sensíveis ao ambiente em tempos de caos.

Qual é que acham que é o caminho que a humanidade vai seguir?

Hamish – É uma oportunidade para as pessoas pensarem e seguirem um caminho diferente. Porque o caminho que as pessoas estão a seguir agora é o da morte a espalhar-se por milhões de pessoas. Por isso, as pessoas têm que escolher um caminho diferente. Sim, isto vai matar milhares de pessoas – não é uma coisa boa –, mas é algo que vai acontecer com alguma regularidade no futuro. E é algo que acontece em várias partes do mundo a toda a hora. Por isso, acredito que temos que pensar sobre esse caminho a seguir. Este é o meu pensamento num momento em que estou num barco salva-vidas no meio de uma floresta.

Ana – Esta pausa serve para pensarmos o que fazer com o mundo e connosco próprios. Vamos ser positivos. Pode ir nos dois sentidos. Podemos seguir o caminho completamente errado ou percebermos finalmente que esta é uma oportunidade para decidirmos o que estamos a fazer com a nossa vida e com o planeta. Mas acho que não podemos voltar àquilo que éramos antes. Não me vejo voltar a Londres. É doentio. Todos recebemos uma mensagem do governo para voltarmos a Inglaterra. O Hamish disse logo que não. Eu falei com alguns amigos lá e todos me disseram “*no way, stay where you are*!”. Não poderemos voltar àquilo que éramos antes.

Quem tem um barco sente os problemas de circulação?

Hamish – Com o fim do Inverno, as grandes eclusas abriram e as mais pequenas estão a abrir. As fronteiras estão fechadas e por isso receamos ficar fechados entre eclusas. Vamos por aqui ou por ali? Para todos os efeitos, as fronteiras à nossa volta estão fechadas. Normalmente, se nos mantivermos dentro da UE, não há problemas. Mas agora não é possível circular. Estão fechadas as fronteiras por terra e por mar. Apesar de tudo, sabemos que os rios são uma zona cinzenta. Acho que nem eles pensaram nisso. Dizem que não nos é permitido sair de casa, certo? Nós estamos na nossa casa. Podemos movê-la? Não sabemos bem.

Para onde gostariam de ir?

Ana – O que vai decidir onde o barco fica este ano é o Brexit. Com o Brexit a aconte’’cer em princípio em Dezembro, ou levamos o barco de volta até lá ou decidimos de uma vez por todas ficar na “Europa”. Acho que nos decidimos pela segunda hipótese.

Hamish – Se conseguirmos chegar à costa do mar Báltico estaremos muito mais livres para fazermos o que entendermos. Entre eclusas estamos presos a burocracias. No mar temos liberdade. Queremos passar o Verão junto ao mar.

Natureza

Biólogo e fotógrafo, Mário Cunha anda à procura da luz, e da dança delas com os picos e os vales da serra do Gerês. A paixão, que se parece mais com um amor imune a todas as canseiras, há-de dar um livro. Em que a natureza não será apenas um pano de fundo. *Abel Coentrão (texto) e Mário Cunha (fotos)*

A luz e a sombra nas montanhas mágicas de Mário Cunha

DIANA CARNEIRO

As fotografias de Mário Cunha são um hino à persistência e à paciência, qualidades que hoje, por outros motivos, somos convidados a exercitar dentro de casa. Mas se essas características humanas dizem aparentemente pouco sobre a estética de uma imagem, bastará olharmos para as dele para percebermos quão essenciais são para o resultado final de um projecto que este biólogo tornado fotógrafo vem desenvolvendo, há um ano, na serra do Gerês, caminhada a caminhada. O destino há-de ser um livro, onde a luz que ele persegue, fugidia, terá, no papel, um merecido descanso.

Cada um de nós tem o seu pote de ouro, lá nos montes onde o arco-íris acaba. Mas o pote de Mário Cunha está é cheio de luz. Coada à vezes, e cansada de batalhar por entre as nuvens, para aquecer a pele granítica e acinzentada daquelas montanhas, ela está (quase) sempre lá, a desenhar a paisagem: puxando pelas cores do arvoredo que a mais de mil metros de altitude desafia a falta de quase tudo; e impondo profundidade às feridas abertas pela água e pelo vento nos maciços rochosos só aparentemente monótonos da mais acidentada das serras do único parque nacional do país.

Mário Cunha nasceu há 33 anos na Póvoa de Varzim, a hora e meia dos

Os títulos das imagens de Mário Cunha, no sentido dos ponteiros do relógio: *Por entre as nuvens; Pitões das Júnias; Quando o gelo arde; Resiliência*

trilhos por onde acede às suas montanhas mágicas, mas, como muito do que amamos na vida, foi só depois de uma experiência no estrangeiro que se apaixonou por elas, a ponto de lhes dedicar uma parte importante do seu tempo. Casado com Diana Carneiro, bióloga também, passaram ambos alguns anos na Noruega, para fazerem, a partir dali, o respectivo doutoramento. Ele ainda andava, então, de olhos postos nas marinhas, esses esguios parentes dos cavalos-marinhos que lhe garantiram o diploma, mas já se perdia a fotografar a paisagem verde, mas pedregosa também, daquele país.

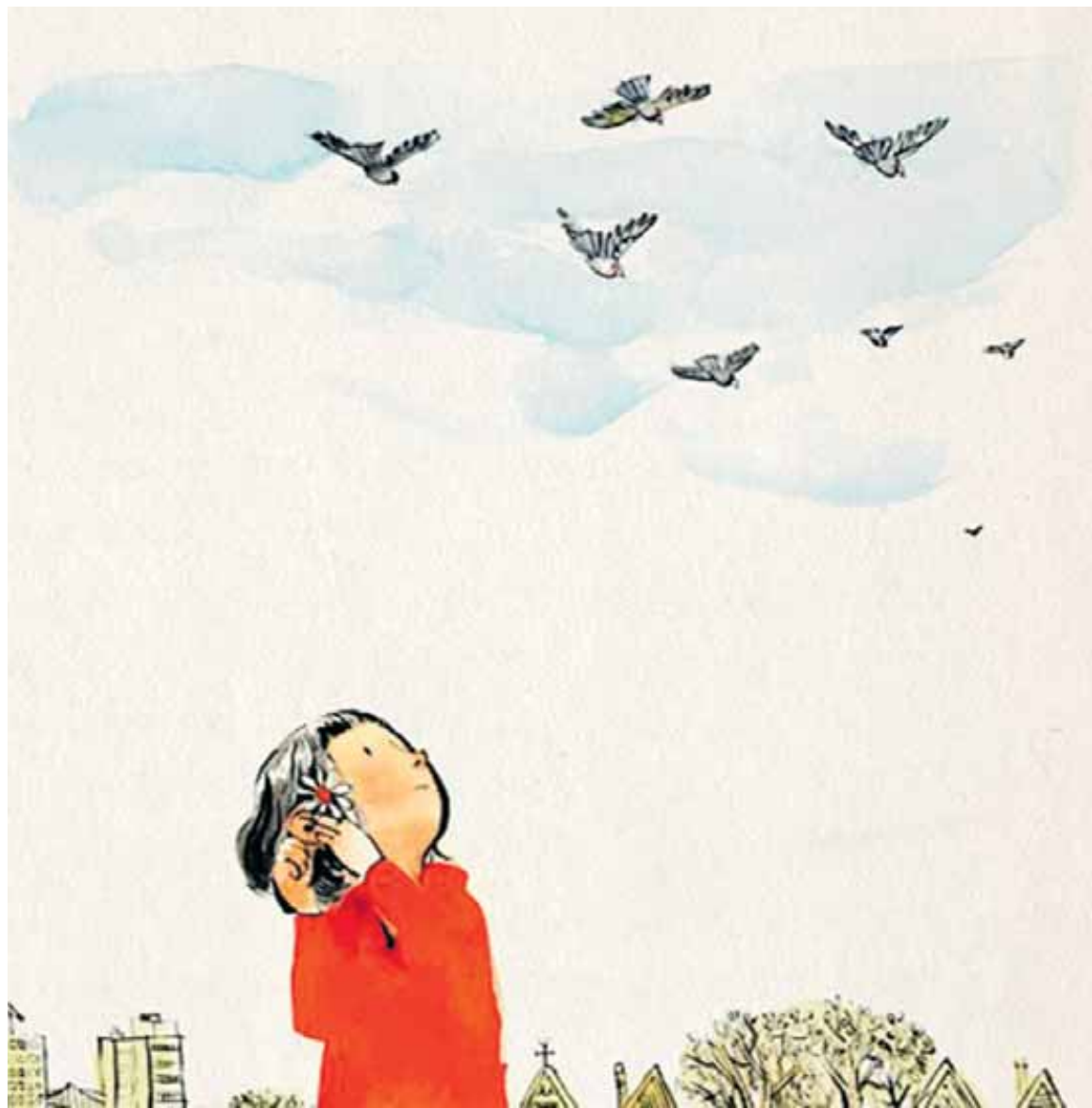
E o facto é que as marinhas ficaram para trás, como a biologia, na verdade, no caso de Mário. Regressados a Portugal, perceberam ambos, num passeio pela serra, quanto o Gerês os reconduzia à Noruega onde lhes nasceu a filha, e ele já sentia que o que queria ser era fotógrafo. Quando não está a guiar turistas pelos trilhos, por conta de uma empresa do sector (actividade que a pandemia suspendeu), leva gente ao monte, para partilhar com ela o que sabe dessa arte de captar instantes (outra coisa que deixou, nestes tempos, de fazer, e que está a substituir por formação online, que qualquer pessoa pode subscrever no seu site). Mas é noutros momentos ainda que ele vai mais longe, de câmara às costas, na esperança de surpreender esse namoro, quantas vezes fugaz, entre a luz e a sombra.

Tenta não ir sozinho. Algumas das caminhadas, que ele vê também como um convite à contemplação da natureza, são longas, por caminhos íngremes, onde rara é a gente que passa. Já dormiu nos planaltos geresianos, à espera de um beijo matinal do sol que só alguns pastores e montanhistas afoitos testemunharam. Mas também já esperou que o dia acabasse, para que o sensor da câmara lhe devolvesse a montanha fria, azul na sua nudez, como lhe aconteceu nas Portas Ruivas. Que, de ruivas, ainda assim mantiveram algo, nesse entardecer a que ele assistiu depois de seis horas para lá chegar.

A maior parte das pessoas que visita as franjas desta área do parque nacional, percorrendo vias mais acessíveis, vai à procura das suas albufeiras, lagoas, fontes e termas, que atraem milhares de turistas. “O Gerês é muito conhecido pela água, mas eu escolhi fotografar a rocha porque essa é também a sua essência”, resume o biólogo que, logo com a primeira imagem que seleccionou das suas incursões iniciais na serra viu essa sua opção, que não é meramente documental, ser reconhecida. *Quando o Gelo Arde* ganhou o primeiro prémio na categoria Paisagens Naturais de Portugal da edição de 2019 do festival Imaginature, que se realiza em Manteigas.

O resultado do seu trabalho é a conjugação entre a sua capacidade de imaginar o lugar nas circunstâncias meteorológicas certas, como aconteceu neste caso, e a circunstância programada de estar lá, quando essas circunstâncias, espera ele, se darão. Percebe-se, nesta descrição, quanto a persistência - que o impele a repetir a viagem, se preciso for - e a paciência são ferramentas tão essenciais quanto o material fotográfico ou a técnica do autor. Uma máquina profissional pode resistir à chuva, mas quantos de nós, mesmo *weather sealed*, também, com roupas apropriadas, resistiriam ao enregelar dos dedos, às trovoadas e até à neve, para perseguir um instante que pode demorar horas a acontecer?

Crianças

Viajar com os miúdos sem medo em tempos de quarentena

Este texto é um passaporte conjunto, meu, dela e do pai. Ela tem dois anos e quatro meses e, todas as noites, fazemos viagens para as quais não há carimbos, até países que não vêm no mapa. Como os livros têm mais mundos do que o mundo, vemos coisas nunca vistas. E nem é preciso fazer as malas. É só embarcar sem medos e deixar-se levar pela mão das crianças. Elas nunca se perdem. *Maria João Lopes*

Mesmo antes de conhecerem as letras, as crianças sabem ler. Viram páginas, admiram imagens, inventam histórias. Há cerca de dois anos, a idade da catraia cá de casa, que construímos um passaporte só nosso, um documento imaginário para registar viagens e descobertas.

Chegará o dia de rumar ao País das Maravilhas, à Terra do Nunca, de dar a volta ao mundo em 80 dias, entre muitas outras aventuras, mas, até lá, e dada a condição liliputiana da leitora com quem percorremos estas rotas, metemo-nos a caminho de territórios tão diversos como cidades ou ilhas de monstros. Esta é, por isso, uma escolha pessoal, familiar, uma amostra minúscula num universo tão vasto que até expedições à lua ou a planetas habitados pode incluir.

Porém, como as nossas viagens são também aquelas que ainda estão por fazer, haverá tempo, à medida que ela cresce, de conhecer outras paragens. Ela ainda tem, não o mundo, mas os mundos todos pela frente. Haveremos ainda de acompanhar *Baltasar, o Grande* (Kirsten Sims), chegar ao Pólo Sul com *Perdido e Achado* (Oliver Jeffers), fazer *A Viagem* (Camilla Engman e Veronica Salinas), decidir a *Partida* (André Letria).

E porque as leituras dos mais pequenos são também as dos crescidos, haverá oportunidade talvez até de conhecer Quito, um dos livros da colecção *A minha cidade*, da editora Pato Lógico, e de carimbar no nosso passaporte faz-de-conta o *Atlas das viagens e dos exploradores* (Isabel Minhós Martins e Bernardo P. Carvalho). Não podemos, claro, perder uma visita ao *País das Pessoas de Pernas para o Ar*, de Manuel António Pina, e gostávamos de ser apresentados ao *O Rapaz que não se tinha quieto*, a personagem criada por Rita Taborda Duarte que gostava de viajar, embora os pais lhe dissessem que "os gaiatos não se fizeram para andar por aí a passarinhar".

Todos estes sítios chegarão cá a casa, ou nós a eles, mas para já a única forma de tirá-la de um apartamento, nestes tempos virados do avesso, é levá-la a acampar, à praia ou a passeios pela cidade. Fazemos mesmo isto tudo. Porque os livros não se esgotam quando se chega à última página.

Na página ao lado, a imagem principal é do livro *Flores Mágicas*; a secundária do livro *Um dia na praia*

Nesta página, a imagem principal é do livro *Para lá do oceano*; a secundária pertence, de novo, ao livro *Flores Mágicas*

Onde vivem os monstros

Maurice Sendak
Kalandraka

Esta é a história de Max que, numa noite, e vestido de lobo, vê o incrível a acontecer, uma floresta a surgir no seu quarto. Mais do que uma floresta, aparece também um oceano e até um barco que o leva, depois de muito e muito navegar, ao lugar onde vivem os monstros. São monstros terríveis, mas Max não tem medo e, juntos, até se divertem numa grande festa. Nós, claro, fazemo-nos de convidados. É só chegar às páginas duplas de ilustração para o festejo sob a luz da lua se estender ao nosso quarto. Dançamos, fazemos sons tribais, fingimos tocar tambor. Depois, cansados, como Max, despedimo-nos de monstros tão simpáticos e regressamos à cama. Este livro já foi também o pretexto para, volta e meia, construirmos barcos de papel. O resto faz-se sozinho. Mal vê o barco, ela embarca logo. É um clique. E lá vamos nós outra vez.

Iluminar a noite

Lizi Boyd
Edicare

Este é um livro sem palavras desenhadas na página. Mas lemo-lo em voz alta na mesma. Acompanhamos um pequeno rapaz que, com uma lanterna, vai descobrindo toda a natureza e animais que habitam a noite. Depois, são os animais que o conhecem a ele e o ajudam a regressar à sua tenda de campismo. Cá em casa, o livro já passou do papel à imaginação e da imaginação à acção. Apagámos as luzes, arranjámos uma lanterna e fizemos uma tenda com um lençol. Basta um pouco de escuro, um pouco de sombra, um esconderijo e lá vai ela acampar.

Flores mágicas

Jon Arno Lawson
e Sydney Smith
Livros Horizonte

O título do livro em inglês, *Sidewalk Flowers*, leva-nos mais depressa àquilo a que se propõe a obra, um passeio pela cidade. Numa altura em que se tem de ficar em casa, é com vagar que apetece deambular por aquelas páginas nas quais uma menina, vestida com um capuchinho vermelho, vai apanhando flores, enquanto anda com o pai pela cidade. De uma forma delicada, mostra-nos outro olhar sobre as pequenas coisas que nos rodeiam. Cá em casa, a identificação entre a protagonista da história e a leitora de palmo e meio é imediata. E é com este livro que lhe fazemos a vontade quando, de vez em quando, nos pede para ir à rua, passear.

Para lá do oceano

Taro Gomi
Orfeu Negro

Nas páginas desta obra, é-nos apresentada uma criança curiosa, uma criança que, como todas, se questiona. Pergunta-se o que haverá para lá do oceano. Quer saber se haverá mais oceano, se haverá navios, quer saber se haverá campos, prédios, casas, se haverá animais, monstros e fantasmas, se haverá estrelas, um país gelado, se haverá alguém que passeia na areia (talvez uma criança com quem se possa brincar em tempos de isolamento – uma filha única precisa de amigos imaginários). O livro termina assim: "Quem me dera ir para lá do oceano e ver." Como é com uma pergunta sobre o desconhecido que começam muitas viagens, esta é uma obra que nos pode levar a incontáveis paisagens. E como uma viagem não é mais viagem por ser mais longe ou mais perto, cá em casa, neste período de quarentena, pomo-nos com ela à janela para que possa observar cada movimento da rua: vê uma pessoa a passear o cão, vê as árvores, vê um autocarro em movimento, os carros parados. Sobre tudo aquilo em que repara, repete o mesmo: "Que bonito, tão bonito." Nunca tinha feito isto antes.

Um dia na praia

Bernardo Carvalho
Planeta Tangerina

Este é também um livro sem palavras escritas, mas cheio de possibilidades de leitura. Com ele, vamos até à praia, um lugar em que, até hoje, faça frio ou faça sol, a nossa pequena leitora se divertiu sempre. Assim que o azul das guardas surge, não há dúvidas, ela vê logo o mar. Mas o que acontece a seguir é mais desconcertante do que um rotineiro dia de praia. Cá em casa – mesmo que nos seus dois anos ela ainda não faça, como os pais, uma leitura ambientalista da história –, ela gosta de ir enumerando a quantidade de tralha que a personagem vai tirando do mar. A seguir, vem o final tão aberto como o oceano desenhado: com a parafernália que tira do mar, a personagem cria um barco e parte. Para onde, não se sabe. Mas essas são também as mais desafiantes viagens.

Motores

Škoda Scala, o familiar que aposta na eficiência

Há um ano, a Škoda preparava-se para lançar no mercado nacional a sua nova aposta entre os familiares. Com a receita de uma gama simples, espaço e funcionalidade, o Scala foi o melhor familiar no Carro do Ano nacional. *Carla B. Ribeiro*

Škoda é hoje sinónimo de espaço e funcionalidade, muito graças aos pequenos detalhes que a marca checa do grupo Volkswagen não dispensa. Chamam-lhes *simply clever* (que poderemos traduzir para "simplesmente inteligente", "engenhoso" ou mesmo "genial" – é à escolha do freguês) e constituem soluções quase básicas que facilitam o quotidiano. Junte-se a esta filosofia um automóvel de rosto moderno e com uma gama de motores mais pensada na eficiência do que no desempenho e o resultado é um familiar de corpo inteiro, que se apresenta ao mercado a partir de 21.354 euros.

As linhas apresentadas pelo Scala não reflectem apenas modernidade; há uma certa afirmação de que a marca deixou os complexos no passado, ao exibir orgulhosamente, centrado e em largura, o nome no portão traseiro. E é um orgulho justo: a Škoda tem vindo a palmilhar um caminho sustentável no sentido da qualidade, quer efectiva quer percepcionada.

Ainda no exterior, destaca-se entre as opções o tejadilho panorâmico preto ou a possibilidade de incluir jantes de liga leve de 18 polegadas. Já no habitáculo, o espaço permanece um factor justo para ser uma escolha familiar. Assente na mesma plataforma do VW Polo e do Seat Ibiza, a MQB A0, o Scala consegue esticar a distância entre eixos até aos 2,649m, concorrendo com referências do segmento C, como o VW Golf ou o Renault Mégane. Também na mala, consegue ser referência: 467 litros, capacidade que pode ser aumentada, com o rebatimento dos bancos, até 1410 litros.

Acolhedor e tecnológico

No capítulo do conforto a bordo, o Scala não tem grandes defeitos a apontar – aliás, numa viagem de mais de 200 quilómetros, mesmo com alguma estrada nacional pelo meio, não houve qualquer necessidade para uma paragem de descanso. Isto é verdade para quem segue aos comandos (e que até pode usufruir de volante aquecido, um pormenor para quem habita latitudes amenas, mas um "pormaior" para quem reside em zonas onde as temperaturas baixas se fazem sentir), mas também para os restantes ocupantes, desde que a ocupação não vá lotada (quem se sentar no lugar do meio da segunda fila não irá ter a mesma percepção de conforto que os seus companheiros de viagem).

Mas o que mais se destaca é a inclusão de tecnologias mais comuns a segmentos superiores, como o opcional painel de instrumentos digital, com cinco modos de visualização distintos, ou o ecrã táctil localizado ao centro do tablier (de 6,2, 8 ou 9,2"), posicionado de forma a ficar no campo de visão do condutor e através do qual é possível gerir os vários sistemas de infoentretenimento.

Também as tecnologias de segurança, aliadas aos sistemas de segurança activa e passiva, conseguiram que o Scala se incluísse no lote dos dez carros mais seguros de 2019, segundo o Euro NCAP, que avaliou o modelo tendo por base o equipamento de série. Entre as várias ajudas disponíveis na lista de opcionais, destaque para o Side Assist, que indica quando um veículo se está a aproximar por trás para ultrapassar ou se encontra na zona de ângulo morto do condutor, ou para o *cruise control* adaptativo, que permite manter a distância do carro da frente, controlando a velocidade.

Entre as opções, destaca-se o tejadilho panorâmico ou as jantes de liga leve de 18''

Aposta na eficiência

Não há entre as motorizações propostas blocos ultrapotentes. Porém,

FOTOS: DR

qualquer um se pauta por uma boa eficiência e uma relação consumo/desempenho muito competente. A gasolina, o três cilindros 1.0 TSI é proposto com dois níveis de potência, 95 e 116cv, enquanto o Diesel 1.6 TDI debita 116cv.

O motor vencedor da categoria dos familiares do Carro do Ano foi o gasolina mais potente, associado à caixa automática DSG.

Em suma, o bloco, de injecção directa e sobrealimentado, não obstante os três cilindros, revela um comportamento regular, capaz de responder às necessidades do quotidiano sem qualquer hesitação (acelera dos 0 aos 100km/h em 9,9 segundos, com uma velocidade máxima de 199), com um bónus raro: prima pelo silêncio, não se sentindo quaisquer vibrações excessivas oriundas do seu funcionamento.

Já em termos de consumos, o motor reivindica um consumo combinado de 5,8 l/100 km, e é muito fácil cumprir o anunciado. E esse é um trunfo de valor quando os agregados são forçados a fazer contas aos gastos mensais.

Distanciamento social

Marcas apostam nas vendas online e entregas ao domicílio

A Kia acaba de lançar, esta semana, o Vibe, uma plataforma de compra de automóveis online que permite, sem sair de casa, fazer todo o processo até à finalização da transacção. Caso, pelo meio, haja necessidade de um *test-drive*, o mesmo também pode ser solicitado por via digital, indo o veículo ter com o futuro cliente – uma funcionalidade, porém, que só ficará disponível após ultrapassadas as medidas de mitigação do surto de covid-19.

O Vibe (Virtual Buying Experience) é uma plataforma de *e-commerce* que permite cumprir todos os passos da aquisição de um automóvel a partir de um dispositivo digital, desde a escolha do modelo e versão até à finalização da compra e a entrega do carro, passando pelo financiamento. Ao longo do processo, é possível fazer uma visita guiada a cada automóvel em directo, acedendo por vídeo a um estúdio de 500m2, criado de raiz para o efeito, onde dois consultores podem mostrar as viaturas em tempo real e interagir com o potencial comprador.

Porém, as vendas não deixam de ser realizadas via concessionário, explicando o director-geral da marca no país, João Seabra, que "o objectivo da MCK, importador da Kia para Portugal, foi o de proporcionar mais um canal de mercado à sua rede de concessionários". Ou seja, por defeito, e salvo indicação em contrário, cada potencial cliente que acede ao Kia Vibe é atribuído a um concessionário em função do código postal inserido quando o seu registo. "Este é, acima de tudo, um investimento do importador para a sua rede de distribuição", reforçou Seabra, em conferência de imprensa também online.

Reforço no digital

A aposta da marca sul-coreana começou a desenhar-se muito antes da actual situação de pandemia, mas o contexto presente leva a que a Internet assuma um lugar de destaque em quase todas as dimensões das nossas vidas. E se os números apresentados em vários estudos indicam que apenas pouco mais de 10% das vendas automóveis eram até há dois meses feitas online, hoje a tendência pode levar a um aumento desta forma de comercializar um carro – talvez mais fácil de conquistar adeptos com os novos do que com o mercado de usados. E o exposto explica a forma com muitas marcas se adaptaram a estes tempos, lançando soluções semelhantes.

Uma das primeiras a reagir foi a Volkswagen, disponibilizando um serviço de entrega de carro novo ao domicílio do cliente. O serviço, gratuito, foi lançado no início do mês, em simultâneo com uma campanha de oportunidades online, para um número limitado de carros novos, válida mediante reserva no site volkswagen.pt. Também a Toyota passou a propor a aquisição à distância, colocando cada concessionário como intermediário e assegurando a entrega do veículo "devidamente higienizado" no domicílio sem custos extra, enquanto a Hyundai "desenvolveu uma página dedicada à disponibilização de conteúdos digitais", com conselhos de manutenção e serviço de marcação online da mesma, com opção de entrega e recolha do automóvel na morada pretendida pelo cliente, "para evitar deslocações adicionais".

Tanto a Peugeot como a Opel lançaram as suas Webstore, nas quais "os clientes particulares e profissionais podem, no actual contexto de saúde pública, continuar a adquirir as viaturas necessárias à sua mobilidade", com "ferramentas que lhes permitem escolher, comparar, reservar, comprar e agendar a entrega ao domicílio, fazendo todo o processo à distância". Do mesmo grupo francês, a Citroën lançou a Carstore, com possibilidade de adquirir uma viatura "a partir de *smartphone*, *tablet* ou PC", que pode ser entregue em casa através do @Home Delivery, enquanto a DS criou a Online Store, com o serviço DS Valet para a entrega de veículo, mas também para apoio em processos de assistência e avaliação.

O grupo FCA em Portugal respondeu a esta crise com a adopção, já esta semana, do programa Car@Home, com o qual se garante o contacto entre clientes e interessados e os concessionários – "abertos virtualmente e disponíveis por videoconferência [recorrendo à Google Hangouts Meet] para prestarem todos os esclarecimentos, apoiarem na escolha de um automóvel e apresentarem propostas de aquisição".

Gastronomia

Quem disse que o bacalhau assado não pode ser servido em lata?

As conservas da Liporfir surgiram a pensar nos turistas estrangeiros que nos visitam, mas não tardaram a conquistar também o mercado interno. Um verdadeiro petisco, disponível em quatro variedades. *Maria José Santana (texto) e Adriano Miranda (fotos)*

Era bom se tudo na vida fosse assim tão simples: abrir uma lata e degustar um bacalhau assado na brasa ou um bacalhau com grão. Basta juntar uma bebida, para acompanhar. Um bocado de pão também cai bem, especialmente para nós, portugueses, que sentimos grande desconforto perante uma mesa que não tem um cesto de pão ao centro. As conservas de bacalhau da Liporfir nasceram da vontade de fazer chegar aos estrangeiros os pratos tradicionais portugueses à base do "fiel amigo", mas o mercado interno não lhes ficou indiferente. A culpa deve ser da genuinidade do sabor conservado numa pequena lata de alumínio.

Disponíveis nas versões de bacalhau assado na brasa, ovas de bacalhau fumadas picantes, bacalhau com grão e bacalhau com feijão-frade, estas conservas podem chegar a casa dos consumidores mediante encomenda na própria loja de fábrica ou num dos vários pontos de venda existentes no país (sendo que alguns deles podem estar, nesta fase de pandemia, encerrados ao público). Também há espaços de restauração e petiscos que gostam de as incluir na ementa. "A Mercearia das Flores, no Porto, por exemplo, serve a conserva do bacalhau assado na brasa. E também há uma espécie de lanchonete, numa cidade da Alemanha, que só serve cervejas, saladas e conservas, onde se incluem as nossas", aponta Marta Maia Santos, da Liporfir.

A estes consumidores juntam-se também os do chamado "mercado da saudade". Os portugueses que andam espalhados por esse mundo fora e que não resistem a uma conserva de bacalhau. "Há quem compre estas latas para servirem de refeição, para levarem para o trabalho, tipo marmita", desvenda a empresária. E para esses, assim como para todos os outros, há boas notícias: é intenção da Liporfir alargar a gama, apostando em novos pratos. "Gostávamos de fazer com a feijoada de samos, também umas bochechas de bacalhau e um bacalhau com molhe agridoce. Este último não é um prato português mas já provámos e fica muito bom", revela Marta Santos.

Um petisco em tempos de crise

Com preços unitários que oscilam entre os 1,90 e os 2,95 euros (preço da loja de fábrica), estas conservas de bacalhau são produzidas a partir do peixe transformado nas instalações da empresa sediada na Gafanha da Encarnação, no município de Ílhavo – a Liporfir dedica-se à transformação do bacalhau salgado verde em bacalhau salgado seco. O processo conserveiro fica, depois, a cargo de uma empresa da região especializada em conservas.

A crise decorrente da covid-19 acabou por motivar um ligeiro aumento na procura destes petiscos de bacalhau em lata. O prazo de validade longo (cinco anos após a produção) pode ajudar a explicar o crescimento de vendas registado na loja da fábrica. No último mês, "as vendas ao consumidor final, de bacalhau e conservas, aumentaram 36,98%, sendo que as conservas foram responsáveis por cerca de 40% deste aumento", revela a empresária, acrescentando outro dado: "60% das vendas em loja foram para entregas em casa, ou seja, as pessoas estão a optar mais por receber as compras através de transportadora."

As últimas semanas foram, assim, de grande azáfama nas instalações da Liporfir. "A Páscoa também deve ter contribuído para esse aumento de vendas, mas notámos um aumento da procura para exportação, sobretudo para o tal mercado da saudade", testemunha Marta Santos.

Intensificou-se o trabalho – é necessário continuar a garantir que os bens essenciais chegam aos consumidores – e também o cumprimento das normas de higiene e segurança no trabalho. "As nossas colaboradoras andam com máscaras e luvas, e à entrada na

Liporfir
Zona Industrial da Mota
3830-527 Gafanha da Encarnação
Telefone: 234 326 560
www.liporfir.pt

Pontos de revenda
Mercearia das Flores – Porto;
Mercado Campo de Ourique – Lisboa;
Museu Marítimo de Ílhavo;
Museu Cidade Aveiro;
Lojas Auchan – Região Centro,
Cabaz Produtos "Portugal com Paixão";
Italian Products & Beyond – Estados Unidos
(Nova Iorque – venda online);
Maître Philippe & Filles GmbH – Alemanha (Berlim);
Mercearia Portuguesa – Macau;
LusoFlavours & Casa Bocage BV – Países Baixos (Amesterdão);
Supermercados Nova Primavera – Bélgica (Bruxelas).

Adquirida em 1994 por António Maia Santos, já falecido, a Liporfir é hoje comandada pelos seus filhos Pedro e Marta

fábrica, de manhã e depois de almoço, é-lhes medida a temperatura. E no atendimento ao público só é permitida a entrada de duas pessoas de cada vez e temos álcool gel disponível", assegura Marta Santos.

De pai para filhos, um projecto de família

Adquirida em 1994 por António Maia Santos (já falecido), a Liporfir é hoje comandada pelos seus filhos Pedro e Marta Maia Santos, que mantêm o propósito de sempre: "garantir a excelência do seu produto". E se para Pedro a liderança da empresa familiar resultou de um processo de continuidade – trabalhou com o pai na empresa –, no caso de Marta representou uma mudança de 180 graus. Abraçar este projecto de família obrigou-a a abandonar o mundo da informação e da comunicação – foi jornalista e assessora de imprensa. "Não foi fácil, mas este é um projecto de família, uma forma de preservar a memória do meu pai", testemunha a empresária, que foi buscar a experiência dos tempos de jornalista para agarrar o novo desafio. "Se há coisa que o jornalismo nos dá é traquejo, ensina-nos a ser resilientes", sustenta.

Apostados em manter a tradição, Marta e Pedro não querem deixar de inovar e estas conservas de bacalhau são disso exemplo. O objectivo passa por "ser marca de referência do bacalhau seco de qualidade", asseguram. A partir da unidade situada na Zona Industrial da Mota, transformam o produto pescado nos mares da Islândia e da Noruega, cumprindo um processo que tem tanto de rotineiro como de rigoroso: após chegar às instalações da empresa, o bacalhau é lavado e limpo de quaisquer impurezas; depois é conduzido aos túneis de secagem, onde inicia o processo de desidratação. A secagem é feita a temperaturas controladas para que lhe seja retirada a humidade e pode demorar 30 a 90 horas, consoante as características específicas do bacalhau (nomeadamente espessura e peso). Por fim, segue-se a pesagem, identificação e selecção do produto para entrar no circuito comercial.

Ao bacalhau seco em postas ou lombos juntam-se ainda os derivados, como as bochechas, as boininhas, as caras, as línguas, os samos e os pastéis de bacalhau. Recentemente, o leque de produtos ganhou um reforço: a empresa começou a comercializar também bacalhau demolhado ultracongelado.

Vinhos

Obrigado TVI, obrigado Pingo Doce, com gratidão cá dos bárbaros

Elogio do vinho

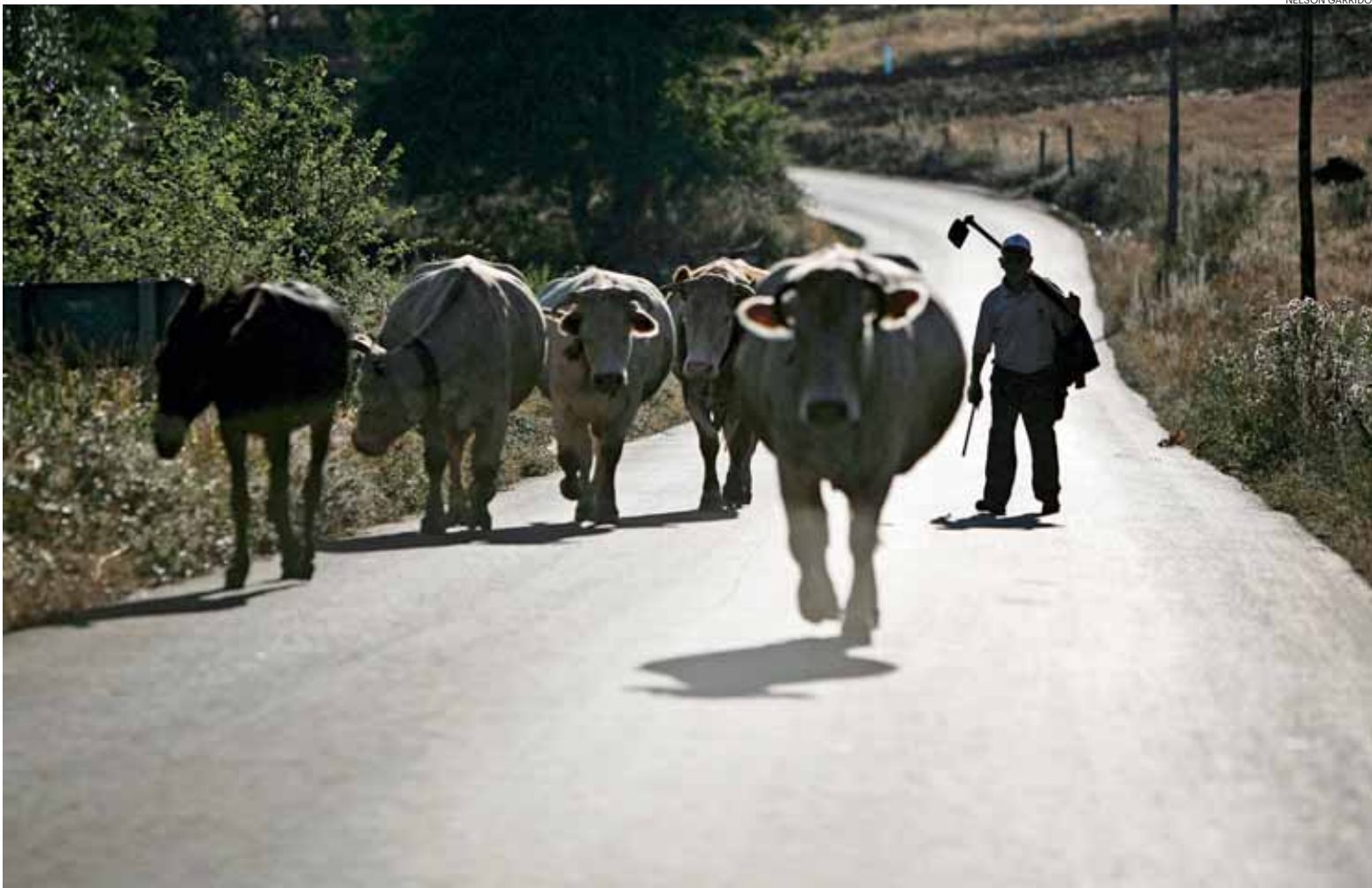
Pedro Garcias

NELSON GARRIDO

Volta José Cid, que estás perdoado, por teres dito que os transmontanos, essas "pessoas do Portugal profundo, já deviam ter evoluído". "Vêm de excursões, pessoas que nunca viram o mar, para o Pavilhão Atlântico, pessoas assim, medonhas, feias, desdentadas, e isso, efectivamente, não é Portugal."

É verdade. Isto por cá é só bárbaros, gente que não lava as mãos e cospe no chão, que bebe bagaço logo de manhã porque sempre ouviu dizer aos antigos que o álcool mata mesmo o bicho. O bruxo de Sanguinhedo já receita bochechos com tinto da Adega de Vila Real. O padre Fontes não vai tão longe, mas garante que basta uma alheira, um naco de presunto, um pedaço de broa e um esconjuro para a covid-19 passar ao largo. Segundo o prelado, se acrescentarmos uma caneca de carrascão de Valpaços, podemos até ficar imunes para toda a vida. Já fiz a experiência e é verdade que até agora ainda não tive sintomas.

Acreditamos nestas coisas e o vírus aproveita-se. A peste instalou-se cá pelas nossas terras. É o que dá ser pobre e inculto e gostarmos muito de convívio, de rebaldaria da boa. Na região do Barroso, até os padres estavam autorizados a acostar num regaço feminino. Se calhar, estamos todos a pagar por isso. É perigoso brincar com o divino.

Ainda não percebi por que razão a TVI pediu desculpa em horário nobre às gentes do Norte. Viu-se logo que tinha sido um engano. Uma traição digital. Quando o apresentador do *Jornal das 8*, o realizador e o director de informação viram a frase, já esta tinha chegado a casa de muitos portugueses. Nas transmissões de futebol acontece muitas vezes. Na casa do vizinho já toda a gente grita golo e a na nossa televisão a bola ainda vai na área contrária. Agora, como as redes estão saturadas, é normal que ocorram estes desfasamentos. Se a TVI pedisse logo desculpa, quebrava o ritmo do jornal.

Fizeram bem em esperar pelo dia seguinte. Às críticas, Sérgio Figueiredo, o director de informação da TVI, respondeu com a autoridade e a classe de sempre. E ainda anunciou uma grande obra de caridade: com o patrocínio da Galp, a TVI vai correr o Portugal profundo, as aldeias mais recônditas do país, para fazer 120 testes. É muita generosidade. Como há inúmeras aldeias com um ou dois habitantes, é possível levar o teste a quase uma centena de localidades. É um rácio extraordinário.

Se ainda não têm o roteiro fechado, sugeria que fossem à aldeia de Degolados, onde o Pingo Doce comprou a maioria dos borregos que vendeu na Páscoa para ajudar os produtores nacionais. Os pastores de Degolados ficaram tão contentes que foram para a borga em Espanha, mesmo ali ao lado, e agora podem estar todos infectados.

A directora do Pingo Doce deixou o país comovido com a sua declaração, iniciada bem ao estilo Manuela Moura Guedes. "Olá a todos. Eu sou Isabel Correia Pinto e dirijo o Pingo Doce." Mostrou conhecer bem o país, "a força de quem trabalha a terra, cria os animais e de quem produz para alimentar Portugal". E é por isso, rematou, "que, consigo, o Pingo Doce vai agora reforçar o apoio à produção nacional". "Sabemos quais os produtos mais atingidos por esta crise. Vamos comprá-los aos produtores e vamos vendê-los a preços tão baixos que possam estar na mesa de todos os portugueses." Logo a seguir, entra uma voz grave de um senhor a anunciar: "Agora, borrego nacional a 3,99 euros o quilo".

"Consigo?" Querem ver que a tia Isabel estava a desafiar-nos para os ajudarmos a ajudar os produtores e muitos como eu nem deram conta? Até me dói a alma só de pensar que perdi uma boa oportunidade de contribuir para a felicidade de muitos consumidores. Quem desdenharia de um cordeiro ao preço de um frango do campo?

Intrigado, liguei ontem ao meu amigo Julião, produtor de borregos em Muxagata, e fiquei a saber que vende cada animal, por desfolar, a quatro euros o quilo. Portanto, 3,99 euros o quilo, já limpinho, é mesmo um excelente preço. Pelas minhas contas, o Pingo Doce perdeu, no mínimo, uns cinco euros por cordeiro, para poder ajudar os produtores e contentar os consumidores nacionais. Isto, sim, é solidariedade.

No Norte, por vezes, passamo-nos dos carretos e matamos o vizinho à sacholada por um rego de água. Também caçamos lobos como quem mata veados no Alentejo. E continuamos a espetar a faca no porco, para fazer sangue cozido com alho e papas de sarrabulho (e, como somos poupados, ainda aproveitamos as tripas para metermos lá carne morta e moída, que comemos mais tarde como petisco ou numa boa tripalhada com pedaços de estômago animal, pés, orelhas e mais umas coisas que me abstenho de enumerar para não impressionar as pessoas mais sensíveis). Mas temos bom coração e apreciamos os gestos nobres. Somos gratos. Se nos dão uma chouriça, respondemos com um presunto. Não temos meio termo.

Obrigado Pingo Doce (e a todas as empresas do ramo, igualmente incansáveis no apoio aos produtores nacionais). Obrigado TVI. E não peçam desculpa. Até ficamos meios acabrunhados (lá está, "acabrunhado" é mesmo uma palavra rude. Não adianta. Está-nos no sangue).

Jornalista e produtor de vinho no Douro

Vinhos

Os vinhos aqui apresentados são, na sua maioria, novidades que chegaram recentemente ao mercado. A Fugas recebeu amostras dos produtores e provou-as de acordo com os seus critérios editoriais. As amostras podem ser enviadas para a seguinte morada: Fugas — Vinhos em Prova, Rua Júlio Dinis, n.º 270, bloco A, 3.º 4050-318 Porto

provas

55 a 70
71 a 85
86 a 94
95 a 100

Paulo Coutinho Tinto 2016

Celeirós, Sabrosa
Castas: Touriga Nacional, Touriga Franca, Tinta Barroca e Tinta Roriz
Região: Douro
Graduação: 13,5% vol
Preço: 27€

Proposta da semana

Um tinto do Douro para ganhar clientes à mesa

Enólogo na duriense Quinta do Portal desde 1994, Paulo Coutinho lançou o primeiro vinho em nome próprio em pleno surto do novo coronavírus. Não foi intencional. Em boa verdade, foi mais uma vítima da pandemia. Há momentos assim, inesperados e azarados.

Esta não é mesmo a melhor altura para iniciar um novo projecto de vinhos, ainda mais se a ideia, como parece ser o caso, é fazer vinhos de produção limitada, dirigidos ao mercado das garrafeiras e da restauração, que continua suspenso. No entanto, Paulo Coutinho decidiu seguir em frente, com o argumento de que, tratando-se de uma produção pequena (1300 garrafas), pode sempre tentar vendê-la no mercado local e entre amigos. Isso é o que muitos produtores dizem. Na verdade, dizem mais: "Se não as vender, bebo-as." À partida, 1300 garrafas é coisa pouca; o problema é haver milhares de referências no mercado e haver também cada vez mais gente a disputar o novo mercado aberto com a pandemia, o da venda directa e das entregas em casa.

O vinho tem origem numa pequena vinha com cerca de 30 anos, tratada de forma biológica e situada em Celeirós, Sabrosa, onde fica a Quinta do Portal. Sendo do Douro, é um tinto com algo de Dão, pela singeleza e frescura que apresenta na prova de boca. Não é um daqueles Douro impositivos, marcantes, poderosos e sólidos. Situa-se mais num registo intermédio, com um perfume belíssimo, cheio de fruta fresca, e um sabor mais contido e até esquivo.

Também não é vinho que se desdobre em camadas e deixe um rasto longo. Se peca por isso, ganha por não apresentar excessos de barrica e de álcool, por não castigar a boca com taninos ásperos (bem pelo contrário) e por ser bastante fresco e gastronómico. Não é tinto para ganhar concursos, mas é tinto para ganhar clientes à mesa, que é a verdadeira função de um vinho. **Pedro Garcias**

Rebelo Afonso Branco 2018

Casa Agrícola Rebelo Afonso, Meda
Castas: Rabigato, Viosinho, Gouveio
Graduação: 13,5% vol
Região: Douro
Preço: 7,50€
(em www.vinhoscara.pt)

Um branco com a frescura do planalto entre a Meda e Vila Nova de Foz Côa, um belo balanço e um excelente potencial gastronómico. Aroma contido de fruta de polpa branca, bom volume de boca, saboroso e longo, com uma presença de uma excelente acidez no final da prova. O estágio de parte do lote em barricas de carvalho confere-lhe alguma complexidade, mas o seu maior atributo é a sua singeleza, que denuncia uma enologia empenhada em sublinhar as características e o carácter do lugar onde nasceu. **M.C.**

Quinta do Cachão 2018

Caves Messias, Mealhada
Castas: Tinta Roriz, Tinta Barroca, Touriga Nacional, Tinto Cão, Touriga Franca
Graduação: 13,5% vol
Região: Douro
Preço: 8,75€
(em portugalgetwine.com)

Um tinto jovial, com aroma intenso de fruta vermelha e ligeiras notas florais, sem grandes artifícios e concebido para valer essencialmente pela sua simplicidade baseada no poder da fruta. O tanino suave e uma acidez contida, mas capazes de amparar o conjunto, tornam-no muito fácil de beber desde já. Para um vinho do quotidiano, está bem feito e funciona. **M.C.**

Miogo Espumante Tinto Bruto Reserva 2010

Vinhos do Norte, Fafe
Região: Vinho Verde
Castas: Vinhão, Amaral e Padeiro de Basto
Graduação: 12,5% vol
Preço: 12€ (recomendado)

Premiado e reconhecido na região, este espumante estagia em garrafa e vai sendo degorjado (aplicação de rolha) à medida das solicitações de mercado. Cor concentrada, sensações de fruta madura a realçar a faceta rústica e silvestre do Vinhão. Na boca, no entanto, mostra uma faceta bem mais suave, fresca e vivaz, que o tornam aprazível. Notas de panificação e confeitaria, corpo e estrutura médios. Na tradição local, acompanha cabidelas, cozidos e assados, mas parece melhor companheiro para sobremesas com frutos silvestres. **J.A.M.**

Palato do Côa Rosé 2018

5 Bagos Soc. Agrícola, Lda, Muxagata, Foz Côa
Região: Douro Superior
Castas: Touriga Nacional, Touriga Franca, Tinta Roriz
Graduação: 12,5% vol
Preço: 8,65€ (recomendado)

Mais que sedutor e muito agradável, este rosé consegue verdadeiramente surpreender pela amplitude, equilíbrio e afinação que mostra em boca. Frutos vermelhos evidentes mas sempre muito suave, boa amplitude e sobretudo uma secura, acidez e mineralidade que lhe dão prolongamento. Pede comidas, até com alguma intensidade. Um belo rosé que se recomenda muito para além de vinho de Verão. **J.A.M.**

Quiz

Curiosidades geográficas, por João Mestre

1. A pequena Vaduz é a capital de que pequeno país?
1. Chipre
2. Liechtenstein
3. Moldova
4. Montenegro

2. Em 1620, o holandês Cornelis Drebbel construiu (e tripulou) o primeiro...
1. automóvel
2. motociclo
3. submarino
4. teleférico

3. Qual destes países só tem uma capital?
1. África do Sul
2. Bolívia
3. Holanda
4. Japão

4. Na ilha de Marajó, no Brasil, a polícia montada patrulha as ruas no dorso de que animal?
1. Búfalo
2. Tapir
3. Veado
4. Zebra

5. Em que cidade da Europa Central fica o Museu das Relações Acabadas?
1. Budapeste
2. Praga
3. Viena
4. Zagreb

6. Que capital tem por nome completo Krung Thep Mahanakhon Amon Rattanakosin Mahinthara Ayuthaya Mahadilok Phop Noppharat Ratchathani Burirom Udomratchaniwet Mahasathan Amon Piman Awatan Sathit Sakkathattiya Witsanukam Prasit?
1. Bandar Seri Begawan
2. Banguecoque
3. Sri Jayawardenepura Kotte
4. Ulan Bator

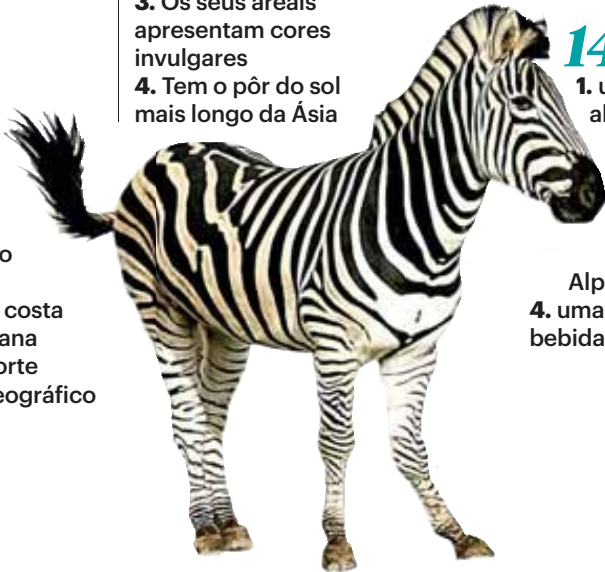
NUNO FERREIRA SANTOS

7. A moeda menos valiosa do mundo é transaccionada à razão de aproximadamente 45.900 por euro. Qual é?
1. Dólar australiano
2. Dong vietnamita
3. Rial iraniano
4. Rupia indonésia

8. Que cidade europeia tem o seu nome traduzido por Ratisbona, em português?
1. Racibórz
2. Regensburg
3. Reykjavík
4. Rijeka

9. O alentejano António Raposo Tavares comandou uma das grandes viagens portuguesas do século XVII. Qual?
1. A descida do Mondego em canoa
2. A ligação a pé entre a costa angolana e a moçambicana
3. A travessia do Pólo Norte
4. O reconhecimento geográfico do interior do Brasil

10. Qual destas cidades norte-americanas não é capital de estado?
1. Atlanta
2. Boston
3. Chicago
4. Phoenix

11. Que particularidade torna única a ilha Sentinela do Norte, no mar de Andamão?
1. É habitada por uma das últimas tribos isoladas do mundo
2. É rica em petróleo, diamantes e terras raras
3. Os seus areais apresentam cores invulgares
4. Tem o pôr do sol mais longo da Ásia

12. Qual é a língua artificial com mais entradas na Wikipédia?
1. Esperanto
2. Klingon
3. Novilíngua
4. Volapük

13. Que país exerce soberania sobre a ilha de Tristão da Cunha?
1. África do Sul
2. Argentina
3. Brasil
4. Grã-Bretanha

14. O Monte Athos é...
1. um parque temático abandonado em Malta
2. um território autónomo grego onde não podem entrar mulheres
3. uma estância de esqui boutique nos Alpes Franceses
4. uma marca espanhola de bebida energética

15. Segundo o relatório da Organização Mundial do Turismo, qual foi o país menos visitado do mundo em 2017?
1. Moldova
2. Timor-Leste
3. Tonga
4. Tuvalu

16. Georgetown não é a capital de...
1. Guiana
2. Ilha de Ascensão
3. Ilhas Caimão
4. Namíbia

17. Que cidade, capital de uma antiga república soviética, foi rebaptizada como Nur-Sultan, em 2019?
1. Astana (Cazaquistão)
2. Minsk (Bielorrússia)
3. Tbilisi (Geórgia)
4. Ierevan (Arménia)

18. Qual é o país mais pequeno de África, em área?
1. Gâmbia
2. São Tomé e Príncipe
3. Seychelles
4. Suazilândia

19. Com que países tem fronteira terrestre a Indonésia?
1. Papua-Nova Guiné e Malásia
2. Timor-Leste
3. Todos os países referidos nas alíneas anteriores
4. Nenhum - tratando-se de um arquipélago, não tem fronteiras terrestres

20. Por que nome é mais conhecida a Estrada Nacional 6?
1. Circunvalação
2. Marginal
3. Route 66 da Beira Baixa
4. Via Panorâmica

Jornalista e autor do site Grémio Photográphico

Soluções:
1. b; **2.** c; **3.** d; **4.** a; **5.** d; **6.** b; **7.** c; **8.** b; **9.** d; **10.** c; **11.** a; **12.** a; **13.** d; **14.** b; **15.** d; **16.** d; **17.** a; **18.** c; **19.** c; **20.** b.

O gato das botas

Caril aldrabado: uma receita para disfarçar congelados e enlatados durante uma semana

Miguel Esteves Cardoso

Espero que o confinamento tenha os dias contados porque estão-se a acabar as minhas receitas quarentenárias. Digo "minhas" no sentido mais lato do pronome, já que as receitas, a bem, mal e a todo o dizer são da Maria João.

A Índia tem 30 estados enormes, muitos deles autênticos países com cozinhas mais diferentes umas das outras do que as europeias. E a Índia é maior do que a Europa, se deixarmos a Rússia de fora. Por isso é escusado dizermos coisas ignorantes e redutoras sobre cozinha indiana.

Os portugueses e os britânicos, vendo-se deslumbrados pelas imensas cozinhas que os rodeavam, trataram logo de simplificar e facilitar os *masalas* infindos, complexos, trabalhosos e quotidianos que encontraram.

Apropriaram-se de uma palavra e assim inventaram o caril. O caril português - o *curry* britânico - é uma versão pronta-a-usar de um *masala*. Um *masala* normal é assado ingrediente a ingrediente e depois todas as especiarias são moídas para se usar num só prato.

O *curry powder* é, por isso, um *masala* conservado em pó, com tudo o que isso tem de pouco fresco, bafiento e entediantemente uniforme.

Imagine-se um refogado português que, em vez de ser feito de raiz com alho, cebola e louro é liofilizado e moído para fazer cem toneladas de pozinho pronto para usar. Depois basta multiplicar o número de ingredientes por cinco e o número de ingredientes possíveis por cinquenta.

Dito tudo isto, o pó de caril dos europeus também foi sendo aperfeiçoado, contendo cada vez menos aldrabices para fazer volume, com as piores e mais poeirentas farinhas.

Os portugueses, pelo que nos toca, até conseguiram agradecer as artes gastronómicas que aprenderam na Índia, apresentando-lhes a malagueta, trazida do México. Este saboroso picante foi, como se sabe, bastante bem recebido.

Em tempos de quarentena, os pós de caril são irresistíveis. Os portugueses até têm uma tradição maior e mais rica do que os britânicos, embora estes aproveitem mais a boleia.

Os caris - assim direi a partir de agora, para facilitar, consciente do atropelo - podem ser molhados ou secos. Aqui vou concentrar-me nos secos.

Experimente todos os caris que encontrar. São baratos e encontram-se em toda a parte. Não desconsidere as marcas brancas. Abra e cheire. Perca os preconceitos.

Aqueles de que mais gostámos - embora, vergonhosamente, tenhamos gostado de todos - foram o da Sharwood (sobretudo o Mild), da Khanum e da Margão (Madras forte).

Ingredientes

Azeite

1 cebola, 2 dentes de alho, 1 dedo de gengibre fresco, 1 folha de louro,

1 aipo e 1 cenoura (opcionais mas ficam a matar),

1 lata de tomate pelado, 1 frasco de tomate triturado ("passata"), 1 lata de leite de coco, caril em pó

Coentros frescos (mas que não sirvam de impeditivo caso não arranje).

Tape o fundo de um tacho com azeite. Sem acender o lume, deite cebola picada ao calhas, dois dentes de alho partidos, o gengibre ralado, a cenoura ralada.

Acenda o lume e não mexa. Use um garfo de madeira só para impedir queimaduras: descolar a cebola, etc.. Quando a cebola estiver translúcida já pode dar umas voltinhas. Deixe cozer.

Agora deite o tomate pelado, desfeito. Depois o triturado. Coza provando. Quando estiver como gosta pare.

Numa tigela deite o leite de coco e misture o pó de caril, uma colher de chá de cada vez. A Maria João põe duas colheres de sopa - sim, é uma quantidade louca. Mas resulta magnificamente.

Junte tudo e deixe apurar cinco ou dez minutos. Se ficar um pouco ácido pode precisar de sal. Resista a pôr açúcar.

O molho salvará latas de feijões, grão, lentilhas, ervilhas ou o que quiser. Deitado para um Tupperware, durará uma boa semana no frigorífico.

Abrilhantará tudo: congelados de peixe e de carne, salsichas, massas indesejadas e outros fundos de despensa.

Sirva com arroz branquinho. Fica bem com queijo Feta, já que o caldo cultural está entornado.

Finalmente, uns coentros por cima são sempre bem-vindos!

PEDRO CUNHA

FUGAS N.º 1030 **Foto de capa:** Nelson Garrido **FICHA TÉCNICA** **Direcção** Manuel Carvalho **Edição** Sandra Silva Costa **Edição fotográfica** Nelson Garrido **Directora de Arte** Sónia Matos **Designers** Joana Lima e José Soares **Infografia** Cátia Mendonça, Célia Rodrigues, José Alves e Francisco Lopes **Secretariado** Lucinda Vasconcelos **Fugas** Rua Júlio Dinis, nº270, Bloco A, 3º, 2, 4050-318 Porto. Tel.: 226151000. **E-mail:** fugas@publico.pt. www.publico.pt/fugas